

Potřebuji něco na sebe!

Skutečně něco potřebuji, nebo to jen chci?

No, vlastně nic nepotřebuji.

Tak nic nenakoupím a ještě ušetřím – čas, peníze i energii.

Jo, opravdu potřebuji!

Musí to být nové?

Ano, radši bych něco nového. Podle čeho se ale rozhodnu?

Záleží mi na tom, kde bylo moje oblečení, případně boty nebo doplňky, vyrobené? Chci něco, co pochází z ČR?

Nehledám jen české produkty, ale zase nechci, aby bylo moje oblečení vyrobeno v tzv. sweatshopu za ne-lidských podmínek.

Vybírám si podle značky.

Dívám se na štítek! Pokud daný kousek pochází ze země, kde je porušování lidských práv ve výrobě vysoké (např. Čína, Bangladéš, Indie, Indonésie, Malajsie, Tchaj-wan, Thajsko, Vietnam), tak se značce raději vyhnou. Tedy pokud mě daná značka skutečně nepřesvědčí o svém odpovědném chování. :) Pokud mě značka nepřesvědčila, ale i tak si daný kousek koupím, budu aspoň apelovat na firmy a prodejce. Například prostřednictvím kampaní vedených NaZemi. V rámci těchto kampaní můžu podpořit dělníky a dělnice třeba podepsáním výzvy firmám nebo sdílením informací o kampani.

Odebírejte Newsletter NaZemi
www.nazemi.cz/newsletter

Neumím najít víc informací a prodávající také nic neví. Tak zkusím radši jiný kousek.

Možná nepotřebuji, ale já fakt chci.

Ne, na tom mi nezáleží. Dám šanci pěkným věcem, i když nejsou úplně nové.

Vyměním věci s přáteli nebo navštívím nějaký bazárek či hadrárnu. Na webu se vždycky najde spousta tipů na výměnu oblečení! Můžu se zbavit i věcí, na které se mi v šatníku jenom praší.

A co třeba dát nový život starým věcem? Budu kreativní a předělám je nebo přešiju na něco jiného a svěžího. Prohledám weby s heslem upcycle nebo reuse!

Třeba ulovím hezký kousek v second handu. Výběr je čím dál větší, seženu téměř jakýkoli kousek oblečení, bot i doplňků.

Zjistím si, jak se daná značka chová. Má etický kodex? Bývá spojována s problematickými pracovními podmínkami nebo aktivitami, které se mi nelíbí? Má značka nějakou důvěryhodnou certifikaci, hlásí se k odpovědné výrobě? Můžu se podívat, jak ji hodnotí různé organizace, například Clean Clothes Campaign.

Mám super nový kousek a jeho výběr byl pořádné dobrodružství. Už se nemůžu dočkat, až to řeknu svým přátelům a známým!

Tipy:

Pískování džínsovinou je proces, při kterém se pískem vytváří vyšisovaný vzhled džínů. Tato praktika je velice riziková pro zdraví dělníků. Obnošený vzhled je možná in, ale radši nákup ještě zvažím. Více informací najdu na webu Killer jeans.

Udržuji, co mám doma! Snižuji ekologický dopad údržbou oblečení a prodlužuji jeho životnost – nepoužívám sušičky, preferuji ekologické prací prostředky, peru s šetrným programem. O snižování dopadů praní zjistím více třeba u organizace Veronica.

Vybírám si, z jakého materiálu bude moje oblečení nebo obuv. Můžu zkusit najít méně kontroverzní materiály, jako jsou len, konopí, biobavlna nebo recyklovaná umělá vlákna. Inovativní přístupy k materiálům můžu sledovat v online magazínu Ecouterre.

Transparentnost firem je zásadní! Pokud oděvní značka myslí svoji odpovědnost vážně, měla by zveřejnit svůj dodavatelský řetězec. Jen tak je možné prověřit, jak konkrétní značka jedná. Proč je třeba více transparentnosti, zjistím například ve studii organizace SOMO.

Příklady dobré praxe

Některé firmy si uvědomují svoji odpovědnost a podnikají různé kroky k tomu, aby jejich výroba byla etičtější alespoň v některých ohledech. Rádi bychom vám představili několik příkladů dobré praxe. Ačkoliv nejsou dokonalé a mají před sebou ještě dlouhou cestu, některé aspekty jejich podnikání jsou inspirující.

SoleRebels

je prvním výrobcem obuvi v systému fair trade podle World Fair Trade International. Etiopská firma je celosvětově úspěšná, zaměstnává zejména znevýhodněné řemeslníky, nespokojuje se s minimální mzdou a klade důraz také na použití recyklovaných materiálů, například pneumatik. Více na www.solerebels.com.

Patagonia

je jedna z nejznámějších outdoorových firem a podle všeho bere svoji odpovědnost vážně. Na webu The Footprint Chronicles můžou zákazníci vystopovat dodavatelské továrny i původ některých materiálů. Zároveň má firma i silný program na podporu co nejdějšího využití zakoupených produktů.

Editori: Lucie Krejčí, Anna Lazorová, Petr Mareš, Gabriela Štěpánková, Karolína Žáková
Sazba a grafická úprava: Anna Leschingerová
Vydalo NaZemí v roce 2015.
ISBN 978-80-905409-9-6

www.nazemi.cz

Tento dokument byl vytvořen s finanční podporou Evropské unie a Ministerstva zahraničních věcí ČR. Obsah dokumentu je zcela na odpovědnosti NaZemí a jako takový nemůže být považován za stanovisko Evropské unie.

Vytištěno na recyklovaném papíře.

TukTuki

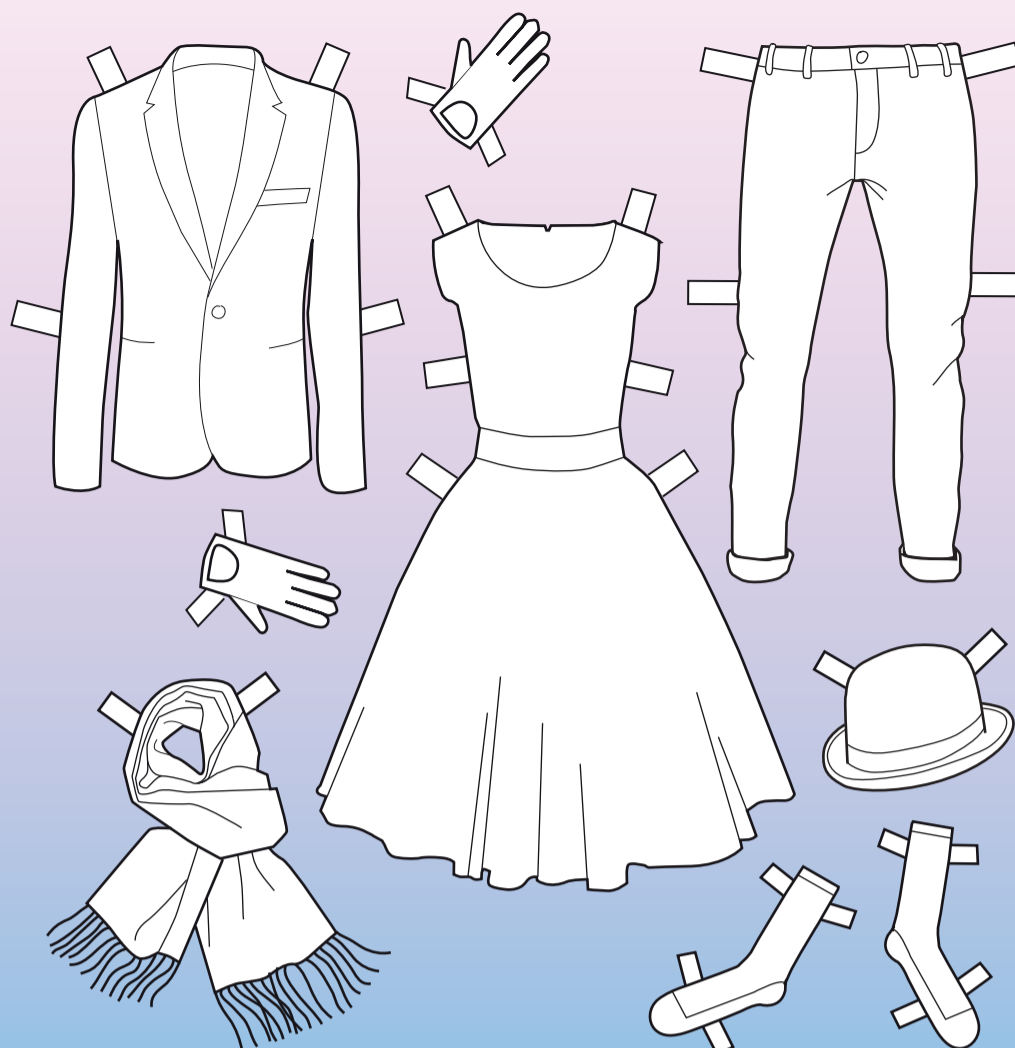
je malý dovozce fairtradové módy a doplňků z celého světa. Zboží, které nabízí, pochází z malých dílen působících v zemích Afriky a Asie. Jejich společným jmenovatelem je neziskový charakter, ruční výroba a spolupráce se znevýhodněnými skupinami obyvatel.

Amwa Organic

je prvním distributorem v ČR, který se zaměřuje výhradně na bio a fairtradový textil. Cílem společnosti je mimo jiné i propagace etické a ekologické výroby a přinášení praktických alternativ.

Fair Wear Foundation

je vícestranná iniciativa, která dlouhodobě pracuje se značkami, majiteli továren a představiteli dělníků na zlepšování pracovních podmínek v oděvním průmyslu. Značky, které jsou členem FWF se zavázaly k odpovědnosti v rámci svého dodavatelského řetězce.



CO NA SEBE?

Průvodce nákupem udržitelnějšího oblečení



Kalhoty, trička, bundy i boty se musí takřka samosprašně množit v regálech, aby nás po vylihnutí lákaly zářivými barvami. My stojíme před výlohou a zřejmě jsme už zapomněli se zvednutým prstem pokárat Barbie a Kena a přitom se jich zeptat: „I vy nezbedníci, kde se to všechno bere, není toho náhodou už moc a hlavně, za jakých podmínek se to vlastně vyrábí?“ Takže Barbie, Kene, na slovíčko.

BARBIE:

„Ale to přece víme, většina oblečení pochází z Asie, převážně z Číny, Bangladéše, Kambodži či Turecka. I když ani Evropa nezahláší – vyrábí se třeba v Bulharsku, Rumunsku, na Ukrajině nebo v Makedonii. To hlavně střední a západní Evropa přesunula oděvní průmysl jinam – do zemí, které s úsměvem nabízejí levnou pracovní sílu. To dá přece rozum.“

”

„Oblečení je opravdu fůra a bude ho stále víc. Vždyť jen loni se ho na celém světě prodalo za 1,8 bilionu amerických dolarů. To je pořádná částka, že? Produkce se rok od roku zvyšuje a cena oblečení klesá. Můžete si pořídit víc kousků a neutratíte tolik peněz. A zisky oděvních značek se vesele zvyšují.“

„To je všechno hezké, ale víš, Kene, že tento konzum si vybírá pořádnou daň? Žádáme přírodu od sběru semínek bavlny až po vystavení nových modelů v luxusních výlohách. I když pesticidy, chemická barviva, palivo ani jiné škodliviny na svém tričku očima nevidíš, dopady oděvního průmyslu na společnost i přírodu jsou obrovské.“

„To je pravda, ale my dva přece chceme pořád nabízet skvělý životní styl... Co kdyby se ti naši majitelé koukali konečně změnit a začali poslouchat řeči aktivistů a neziskovek o dupání po lidských právech či vyplácení extrémně nízkých mezd, které neuživí ani dělníky a dělnice samotné, natož jejich rodiny? Vždyť je to bída!“

„Přesně tak. Slyšel jsi někdy něco o bezpečnosti práce? Všichni se strašně divili, jak mohla spadnout hala v Bangladéši a zahynout tisíce lidí, ptali se, kdo je za to jako zodpovědný... Některé značky dokonce nechťely hned vyplácet odškodné. Asi je trápilo, že pak budou mít méně peněz pro nás, hrdiny reklamy a marketingu.“

„A co teprve přesčasý! Dělnice si stěžují, že musejí pracovat 12 až 16 hodin denně, omdlávají hladem i únavou a volno mají jenom jednou nebo dvakrát do měsíce. Představ si, že často musejí pracovat i děti. Podle mě by měly chodit do školy, jenže jejich rodiče mají hluboko do kapsy.“

„A ta diskriminace! I když jsou dělnice těhotné, musejí makat až do zemlení, nebo je rovnou propustí.“

„A staré dobré odbory? Prý si stěžují na každém kroku a stávkují, co jim síly stačí. Kdo by to byl řekl, že bude lidem vadit, že si práci nevydělají ani na jídlo.“

„Občas slyším taky o výkupní ceně oblečení. Je pravda, že nákupní praktiky a výkupní ceny v podstatě neumožňují zlepšení pracovních podmínek, ale proč by to mělo značky zajímat, když z toho můžou vytřískat co nejvíc peněz.“

„To je asi ve stručnosti to nejdůležitější, co myslíš, Barbie?“

„Asi jo, Kene.“

5 jednoduchých principů pro udržitelnější outfit:

- Každý nákup má svůj dopad. Nakupujte s rozmyslem, nehleďte jen na cenu, ale i na příběh, který si s produktem kupujete.
- Nakupujte strategicky – pozor na impulzivní nakupování. Investujte raději do oblečení, které budete nosit rádi a delší dobu a starejte se o věci, které již máte.
- Zajímejte se o vlivy nakupování – dopad na životní prostředí, pracovní podmínky, chemikálie obsažené v barvivech... Je jich mnoho, ale klidně se zaměřte na jeden aspekt a vybírejte podle něj. Je potřeba někde začít!
- Přemýšlejte nad vztahy cena výrobku / jeho dopad / hodnoty. Je cena výrobku reálná? Proč je cena tak nízká? Nákup bude vždy kompromisem, neexistuje totiž ideální nákupní volba. Nejlepší nákupy s rozmyslem lze často uskutečnit mimo módní mainstream a vyžadují více hledání.
- Radujte se z úspěchů, šířte je – pochlubte se dobrou volbou, kterou jste udělali. Vytvářejte si dobré nákupní zvyky. Změnit návyky prý trvá jen 66 dní. A dejte zpětnou vazbu firmám, ať vědí, proč jste u nich (ne)nakoupili!